

MEJOR CAMPAÑA DE ANUNCIOS EN PRENSA

Obra: Artilog 200mg
 Agencia: Saatchi & Saatchi Healthcare
 Cliente: Esteve
 Producto: Artilog 200mg
 Dirección creativa: Ignacio Urburu
 Copy: Mar Guerrero



Elisabet García e Ignacio Urburu de Saatchi & Saatchi Healthcare y Sandra Colomer, de Esteve

El objetivo de comunicación es entrar en la categoría de los antiinflamatorios (comiendo mercado sobretodo al ibuprofeno) diferenciando Artilog® del resto de COX-2 e AINE'S. El objetivo es que Artilog® se convierta en el antiinflamatorio más cercano al médico en el éxito del tratamiento del paciente con dolor crónico /inflamación.

Se creó un entorno emocional que diferencie la marca. Se ha construido en base a un valor emocional diferencial apoyado en la proximidad (ligado a firmeza y convicción). El profesional sanitario se beneficiará de la eficacia y evidencia científica de Artilog y del apoyo de Esteve de manera que, gracias a ello, él podrá firmar grandes logros

en el tratamiento antiinflamatorio. Gráficamente, los logros se representan mediante imágenes de partes del cuerpo humano logrando superar el dolor, y el éxito del médico se plasma en su firma como autor de dicho logro.

